SKRIPSI

KEPERCAYAAN, *WORD OF MOUTH* DAN KELENGKAPAN PRODUK UNTUK MENDORONG KEPUASAN PELANGGAN PADA TOKO TYAS LESTARI DI SURABAYA

Oleh :

DIMAS TYAS
NBI : 1212100187

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA

2025

Dipindai dengan CamScanner

SKRIPSI

KEPERCAYAAN, *WORD OF MOUTH* DAN KELENGKAPAN PRODUK UNTUK MENDORONG KEPUASAN PELANGGAN PADA TOKO TYAS LESTARI DI SURABAYA

Oleh :

Dimas Tyas

NBI : 1212100187

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA

2025

Dipindai dengan CamScanner

KEPERCAYAAN, *WORD OF MOUTH* DAN KELENGKAPAN PRODUK UNTUK MENDORONG KEPUASAN PELANGGAN PADA TOKO TYAS LESTARI DI SURABAYA

SKRIPSI

Di ajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Guna
Mendapatkan Gelar Sarjana Ekonomi
Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Oleh :
Dimas Tyas
NBI : 1212100187

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
2025

Dipindai dengan CamScanner

LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING

Nama Lengkap	:	Dimas Tyas
NBI	:	1212100187
Fakultas	:	Ekonomi dan Bisnis
Program Studi	:	Manajemen
Judul Skripsi	:	Kepercayaan, *Word of Mouth* dan Kelengkapan Produk untuk Mendorong Kepuasan Pelanggan pada Toko Tyas Lestari di Surabaya

Surabaya, 10 Desember 2024
Mengetahui/Menyetujui
Pembimbing,

Dr. Endah Budiarti M.Si.

Dipindai dengan CamScanner

LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

Dipertahankan di depan sidang Dewan Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya dan dinyatakan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada tanggal 14 Desember 2024.

TIM PENGUJI:

1. Dr. I Dewa Ketut Raka Ardiana, MM. - Ketua _____
2. Dra. Ec. Sri Budi Kasiyati, MM. - Anggota _____
3. Dr. Endah Budiarti, M.Si. - Anggota _____

Mengesahkan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
Dekan,

Prof. Dr. H. Slamet Riyadi, M.Si., Ak., CA., CTA
NNP : 20220.93.0319

Dipindai dengan CamScanner

SURAT PERNYATAAN ANTI PLAGIAT

Saya, yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap (KTP)	: Dimas Tyas
NBI	: 1212100187
Fakultas	: Ekonomi dan Bisnis
Program Studi	: Manajemen
NIK (KTP)	: 3578312805020002
Alamat Rumah (KTP)	: Kandangan RT 1 RW 1, Kecamatan Benowo, Surabaya

Dengan ini menyatakan skripsi yang berjudul : **"Kepercayaan, *Word of Mouth* dan Kelengkapan Produk untuk Mendorong Kepuasan Pelanggan pada Toko Tyas Lestari Di Surabaya".**

Adalah benar-benar hasil rancangan, tulisan dan pemikiran saya sendiri, dan bukan merupakan hasil plagiat atau menyalin atau menyadur dari karya tulis ilmiah orang lain baik berupa Artikel, Skripsi, Tesis maupun Disertasi.

Demikian Surat Pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, jika dikemudian hari ternyata terbukti bahwa Skripsi yang saya tulis adalah hasil plagiat maka saya bersedia menerima sanksi apapun atas perbuatan saya dan bertanggung jawab secara mandiri tanpa ada sangkut pautnya dengan Dosen Pembimbing dan Kelembagaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Untag Surabaya.

Surabaya, 10 Desember 2024

Yang Membuat

(Dimas Tyas)

Dipindai dengan CamScanner

UNIVERSITAS
17 AGUSTUS 1945
SURABAYA

BADAN PERPUSTAKAAN
Jl. Semolowaru 45 Surabaya
Tlp. 031 593 1800 (ex. 311)
Email: perpus@untag-sby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama	: Dimas Tyas
NIB	: 1212100187
Fakultas	: Ekonomi dan Bisnis
Program Studi	: Manajemen
Jenis Karya	: Skripsi

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya ***Hak Bebas Royalti Nonekslusif (Nonexlusive Royalty-Free Right)***, atas karya saya yang berjudul:

"Kepercayaan, *Word of Mouth* dan Kelengkapan Produk untuk Mendorong Kepuasan Pelanggan pada Toko Tyas Lestari di Surabaya"

Dengan **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Nonexlusive Royalty-Free Right),** Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya berhak menyimpan, mengalihkan media atau memformatkan, mengolah dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, mempublikasikan karya ilmiah saya selama tetap tercantum nama saya sebagai penulis.

Dibuat di	: Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
Pada Tanggal	: 21 Februari 2025

Yang Menyatakan

(Dimas Tyas)

Dipindai dengan CamScanner

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat dan hidayahnya sehingga saya diberikan kesempatan untuk melanjutkan pendidikan Program Sarjana Manajemen dan menyelesaikan skripsi ini dengan penuh kebanggaan. Saya mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dan membimbing saya dalam menempuh pendidikan dan menyelesaikan skripsi ini. Ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya saya tujukan kepada:

1. Dr. Endah Budiarti M.Si., selaku Pembimbing yang telah banyak memberikan pengarahan, bimbingan, dan tambahan ilmu serta wawasannya. Saya sangat berterima kasih atas waktu yang telah diberikan untuk membimbing, mengoreksi, serta memberikan saran dalam pelaksanaan penelitian dan penulisan skripsi ini. Terima kasih juga saya ucapkan karena telah banyak membantu kelancaran proses perkuliahan saya.
2. Prof. Dr. Mulyanto Nugroho, MM., CMA., CPA., selaku Rektor Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, yang telah memberikan kesempatan kepada saya untuk menuntut ilmu dan menyelesaikan pendidikan Program Sarjana Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
3. Prof. Dr. H. Slamet Riyadi, M.Si., Ak., CA., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, atas kesempatan dan fasilitas serta bimbingan yang telah diberikan kepada saya selama menempuh proses perkuliahan pada pendidikan Program Sarjana Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
4. Dr. Ulfi Pristiana, M.Si., selaku Kepala Program Studi Manajemen, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, yang telah memberikan kesempatan kepada saya untuk boleh melaksanakan penelitian. Terima kasih juga saya ucapkan karena telah banyak membantu kelancaran Prosesn perkuliahan saya.
5. Dr. I Dewa Ketut Raka Ardiana, M.M., Dra. Ec. Sri Budi K, MM., dan Dr. Endah Budiarti M.Si., selaku penguji, dalam sidang proposal dan sidang skripsi, yang telah memberikan waktu untuk pengarahan dan menambah wawasan keilmuan saya serta memberikan saran yang terbaik selama pelaksanaan penelitian hingga sidang skripsi. Terima kasih juga saya ucapkan karena telah banyak membantu kelancaran proses perkuliahan saya.
6. Seluruh Staff dan Karyawan Tata Usaha di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, yang telah banyak mendukung dan membantu saya dari awal perkuliahan hingga ujian skripsi ini.

Dipindai dengan CamScanner

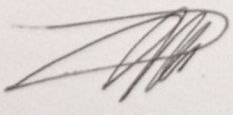
7. Kepada Suprapto dan Widji Astutik selaku kedua orang tua saya (Ayah dan Bunda) yang telah mendoakan saya serta membiayai selama saya menempuh perkuliahan ini, dan tidak lupa adik-adik saya terima kasih atas dukungan dan semangat kepada saya selama perkuliahan ini.
8. Kepada pegawai toko Tyas Lestari di Surabaya yang telah mengizinkan saya untuk menjadikan objek penelitian saya dan membantu untuk kelancaran penelitian ini.
9. Teman-teman kuliah saya yang sejak awal selalu menyemangati selama awal perkuliahan dan selama pengerjaan skripsi ini (Eliza Novi Rahmadania, Alfinatur Rosyida dan Heri Swandana).

Dengan segala kelebihan serta kekurangan yang ada, saya menyadari bahwa masih banyak cacat cela dalam skripsi ini dan saya terbuka menerima saran dan kritik untuk perbaikan.

Motto saya adalah "Orang berilmu tentu memiliki kepribadian tangguh, yang bisa membawa diri, keluarga dan orang lain menuju kebahagiaan, serta bernilai manfaat bagi sesama."

Akhir kata, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi saya dan para pembaca. Terima kasih.

Surabaya, 10 Desember 2024



(Dimas Tyas)

Dipindai dengan CamScanner

ABSTRAK

KEPERCAYAAN, *WORD OF MOUTH* DAN KELENGKAPAN PRODUK UNTUK MENDORONG KEPUASAN PELANGGAN PADA TOKO TYAS LESTARI DI SURABAYA

Oleh:
Dimas Tyas

Industri kemasan makanan di Surabaya menunjukkan persaingan yang ketat, sehingga memerlukan strategi pemasaran yang efektif untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Penelitian ini berfokus pada pengaruh kepercayaan, *Word of Mouth*, dan kelengkapan produk terhadap kepuasan pelanggan Toko Tyas Lestari di Surabaya. Ketiga variabel tersebut dipilih karena relevansi teoritis dan praktisnya dalam menjaga stabilitas penjualan serta mempertahankan loyalitas pelanggan. Dengan fluktuasi penjualan yang terjadi, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi sejauh mana ketiga faktor tersebut memengaruhi kepuasan pelanggan secara simultan maupun parsial.

Penelitian menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan survei yang melibatkan 100 responden. Data dikumpulkan melalui kuesioner terstruktur menggunakan skala Likert. Analisis data dilakukan menggunakan regresi linier berganda untuk menguji pengaruh parsial dan simultan, serta uji validitas dan reliabilitas untuk memastikan konsistensi instrumen. Lokasi penelitian adalah Toko Tyas Lestari, sebuah penyedia produk kemasan makanan di Surabaya yang dikena1 dengan kelengkapan produknya.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan dan kelengkapan produk memiliki pengaruh signifikan positif terhadap kepuasan pelanggan. Sebaliknya, *Word of Mouth* memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Secara simultan, ketiga variabel berkontribusi terhadap peningkatan kepuasan pelanggan, meskipun WOM tidak memberikan kontribusi yang signifikan secara individual. Temuan ini memberikan implikasi bahwa Toko Tyas Lestari harus fokus pada peningkatan kepercayaan dan kelengkapan produk untuk mempertahankan loyalitas pelanggan, sambil terus mengelola WOM sebagai faktor pendukung.

Kata Kunci: Kepercayaan, *Word of Mouth*, Kelengkapan Produk, Kepuasan Pelanggan, Toko Tyas Lestari.

ABSTRACT

TRUST, WORD OF MOUTH, AND PRODUCT COMPLETENESS TO DRIVE CUSTOMER SATISFACTION AT TOKO TYAS LESTARI IN SURABAYA

By:
Dimas Tyas

The food packaging industry in Surabaya is marked by intense competition, necessitating effective marketing strategies to enhance customer satisfaction. This study focuses on the influence of trust, Word of Mouth, and product completeness on customer satisfaction at Toko Tyas Lestari in Surabaya. These three variables were selected due to their theoretical and practical relevance in maintaining sales stability and fostering customer loyalty. Amid fluctuating sales, the research aims to determine the extent to which these factors affect customer satisfaction, both individually and collectively.

A quantitative research method with a survey approach was employed, involving 100 respondents. Data were collected using a structured questionnaire based on a Likert scale. The analysis was conducted using multiple linear regression to examine both individual and collective impacts, alongside validity and reliability tests to ensure the instrument's consistency. The study was conducted at Toko Tyas Lestari, a well-known provider of food packaging products in Surabaya, recognized for its comprehensive product range.

The findings reveal that trust and product completeness have a significant positive influence on customer satisfaction. In contrast, Word of Mouth does not significantly impact customer satisfaction. Collectively, the three variables contribute to improving customer satisfaction, although WOM does not make a significant individual contribution. These results imply that Toko Tyas Lestari should prioritize enhancing trust and product completeness to retain customer loyalty while continuing to manage WOM as a supportive factor.

Keywords: Trust, Word of Mouth, Product Completeness, Customer Satisfaction, Toko Tyas Lestari.

RINGKASAN

Penelitian ini dilakukan pada Toko Tyas Lestari di Surabaya sebagai objek penelitian. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kepercayaan (X1), *Word of Mouth* (X2), dan Kelengkapan Produk (X3) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) pada Toko Tyas Lestari di Surabaya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei, melibatkan 100 responden, dan pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner. Analisis data dilakukan menggunakan metode regresi linier berganda dengan bantuan aplikasi SPSS versi 26.

Hipotesis penelitian ini meliputi: (1) Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, (2) *Word of Mouth* berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, (3) Kelengkapan Produk berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, dan (4) Kepercayaan, *Word of Mouth*, serta Kelengkapan Produk berpengaruh secara simultan terhadap Kepuasan Pelanggan.

Hasil penelitian menunjukkan persamaan regresi berganda sebagai berikut: Y=32.112+0.286X1+0.039X2+0.145X3. Pada uji t, variabel Kepercayaan (X1) memiliki nilai t-hitung sebesar 3.399 > t-tabel 1.984 dengan signifikansi 0,001 < 0,05, sehingga berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Variabel *Word of Mouth* (X2) memiliki nilai t-hitung 0.561 < t-tabel 1.984 dengan signifikansi 0,576 > 0,05, sehingga tidak berpengaruh signifikan. Variabel Kelengkapan Produk (X3) memiliki nilai t-hitung 2.164 > t-tabel 1.984 dengan signifikansi 0,033 < 0,05, sehingga berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).

Uji F menunjukkan bahwa secara simultan, Kepercayaan, *Word of Mouth*, dan Kelengkapan Produk berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan dengan F-hitung sebesar 17.838 > F-tabel 2.70 dan signifikansi 0,000 < 0,05. Koefisien determinasi (R^2) sebesar 0.358 menunjukkan bahwa 35.8% variasi Kepuasan Pelanggan dapat dijelaskan oleh ketiga variabel independen, sementara sisanya 64.2% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Penelitian ini menyimpulkan bahwa untuk meningkatkan Kepuasan Pelanggan, Toko Tyas Lestari perlu memprioritaskan peningkatan kepercayaan dan kelengkapan produk, sambil terus memanfaatkan potensi *Word of Mouth* sebagai dukungan tambahan.

SUMMARY

This study was conducted at Tyas Lestari Store in Surabaya as the research object. The purpose of this research is to examine the influence of Trust (X1), Word of Mouth (X2), and Product Completeness (X3) on Customer Satisfaction (Y) at Tyas Lestari Store in Surabaya. The study employs a quantitative approach with a survey method, involving 100 respondents. Data collection was carried out using questionnaires, and data analysis was performed using multiple linear regression with the assistance of SPSS version 26.

The research hypotheses are as follows: (1) Trust significantly influences Customer Satisfaction, (2) Word of Mouth significantly influences Customer Satisfaction, (3) Product Completeness significantly influences Customer Satisfaction, and (4) Trust, Word of Mouth, and Product Completeness simultaneously influence Customer Satisfaction.

The results of the study reveal the following multiple regression equation: Y = 32.112 + 0.286X1 + 0.039X2 + 0.145X3. From the t-test, the Trust variable (X1) has a t-value of 3.399 > t-table 1.984 with a significance of 0.001 < 0.05, indicating a significant influence on Customer Satisfaction (Y). The Word of Mouth variable (X2) has a t-value of 0.561 < t-table 1.984 with a significance of 0.576 > 0.05, indicating no significant influence. The Product Completeness variable (X3) has a t-value of 2.164 > t-table 1.984 with a significance of 0.033 < 0.05, indicating a significant influence on Customer Satisfaction (Y).

The F-test results indicate that Trust, Word of Mouth, and Product Completeness simultaneously have a significant influence on Customer Satisfaction, with an F-value of 17.838 > F-table 2.70 and a significance level of 0.000 < 0.05. The coefficient of determination (R^2) is 0.358, showing that 35.8% of the variation in Customer Satisfaction can be explained by the three independent variables, while the remaining 64.2% is explained by other variables not examined in this study.

This research concludes that to enhance Customer Satisfaction, Tyas Lestari Store should prioritize improving trust and product completeness while leveraging the potential of Word of Mouth as a supporting factor.

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING i
LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI ii
SURAT PERNYATAAN ANTI PLAGIAT iii
KATA PENGANTAR v
ABSTRAK viii
ABSTRACT ix
RINGKASAN x
DAFTAR ISI xii
DAFTAR GAMBAR xv
DAFTAR TABEL xvi
DAFTAR LAMPIRAN xvii
BAB I 1
PENDAHULUAN 1
1.1 Latar Belakang Masalah 1
1.2 Rumusan Masalah 9
1.3 Tujuan Penelitian 10
1.4 Manfaat Penelitian 10
1.4.1 Manfaat Teoritis 10
1.4.2 Manfaat Praktis 11
BAB II 12
KAJIAN PUSTAKA 12
2.1 Landasan Teori 12
2.1.1 Manajemen Pemasaran 12
2.1.2 Strategi Pemasaran 15
2.1.3 Perilaku Konsumen 20
2.1.4 Kepercayaan 23
2.1.5 *Word of Mouth* 26
2.1.6 Kelengkapan Produk 30
2.1.7 Kepuasan Pelanggan 33
2.2 Penelitian Terdahulu 36
2.3 Hubungan Antar Variabel Penelitian 43

2.3.1 Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan 43
2.3.2 *Word of Mouth* Terhadap kepuasan Pelanggan 43
2.3.3 Kelengkapan Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan 44
2.4 Kerangka Konseptual 45
2.5 Hipotesis Penelitian 45
BAB III 47
METODE PENELITIAN 47
3.1 Desain Penelitian 47
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian 48
3.2.1 Lokasi Penelitian 48
3.2.2 Waktu Penelitian 49
3.3 Jenis dan Sumber Data 50
3.3.1 Jenis Data 50
3.3.2 Sumber Data 50
3.4 Populasi dan Sampel Penelitian 51
3.4.1 Populasi Penelitian 51
3.4.2 Sampel Penelitian 51
3.5 Teknik Pengumpulan Data 53
3.6 Definisi Variabel dan Definisi Operasional 54
3.6.1 Definisi Variabel 54
3.6.2 Definisi Operasional 56
3.7 Proses Pengolahan Data 60
3.8 Metode Analisis Data 60
3.8.1 Uji Validitas 61
3.8.2 Uji Reliabilitas 61
3.8.3 Uji Asumsi Klasik 62
3.8.4 Analisis Regresi Linear Berganda 64
3.8.5 Uji Koefisien Determinasi (R^2) 64
3.9 Teknik Pengujian Hipotesis 65
3.9.1 Uji Simultan 65
3.9.2 Uji Parsial 65
BAB IV 67
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 67
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian 67

4.1.1 Sejarah Toko Tyas Lestari 67
4.1.2 Lokasi dan Geografi 67
4.1.3 Demografi Pelanggan 68
4.1.4 Struktur Organisasi 68
4.1.5 Visi dan Misi 69
4.1.6 Data Khusus 69
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian 69
4.2.1 Deskripsi Karakteristik Responden 70
4.2.2 Deskripsi Variabel Penelitian 72
4.3 Metode Analisis Data 78
4.3.1 Uji Instrumen 78
4.3.2 Uji Asumsi Klasik 81
4.4 Analisis Data 84
4.4.1 Analisis Regresi Linear Berganda 84
4.4.2 Analisis Koefisien Determinasi (R^2) 87
4.5 Pengujian Hipotesis 88
4.5.1 Uji Parsial (Uji-t) 88
4.5.2 Uji Simultan (Uji-F) 90
4.6 Pembahasan Hasil Penelitian 92
4.6.1 Pengaruh Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Toko Tyas Lestari di Surabaya 92
4.6.2 Pengaruh *Word of Mouth* Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Toko Tyas Lestari di Surabaya 93
4.6.3 Pengaruh Kelengkapan Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Toko Tyas Lestari di Surabaya 96
4.7 Implikasi Penelitian 97
4.8 Keterbatasan Penelitian 99
BAB V 103
PENUTUP 103
5.1 Simpulan 103
5.2 Saran 104
DAFTAR PUSTAKA 107

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Penjualan 2
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual 45
Gambar 4.1 Hasil Uji Heteroskedastisitas 84

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Skala likert 54
Tabel 4. 1 Jenis Kelamin 70
Tabel 4. 2 Usia 71
Tabel 4. 3 Alamat 71
Tabel 4.4 Internal Penilaian Skala Linkert 72
Tabel 4.5 Deskripsi Variabel Kepercayaan 73
Tabel 4.6 *Word of Mouth* 74
Tabel 4. 7 Deskripsi Variabel Kelengkapan Produk 75
Tabel 4.8 Kepuasan Pelanggan 77
Tabel 4.9 Uji Validitas 78
Tabel 4.10 Hasil Pengujian Reliabilitas Instrumen 80
Tabel 4.11 Uji Normalitas 81
Tabel 4.12 Uji Multikolinearitas 82
Tabel 4.13 Analisis Linier Berganda 85
Tabel 4.14 Hasil Koefisien Determinasi (R^2) 87
Tabel 4.15 Hasil Uji t 89
Tabel 4.16 Hasil Uji F 91

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuisioner Penelitian 109
Lampiran 2: Karakteristik Responden 115
Lampiran 3: Hasil Kuisioner 118
Lampiran 4: Uji Validitas 130
Lampiran 5: Uji Reabilitas 141
Lampiran 6: Uji Normalitas 142
Lampiran 7: Uji Multikolinearitas 143
Lampiran 8: Uji Heteroskedastisitas 143
Lampiran 9: Regresi Linear Berganda 144
Lampiran 10: Koefisien Determinasi (R^2) 144
Lampiran 11: Uji t 144
Lampiran 12: Uji F 145